

Koninklijke webcare

Door: Michael Elbers

Op 28 januari 2013 om 14 uur werd ik gevraagd om een plan te schrijven voor de inzet van sociale media tijdens Koninginnedag. Toen ik na dat gesprek weer terug op de afdeling kwam stonden de collega's gezamenlijk bij de televisie. Daar las ik op teletekst de melding: "RVD: boodschap koningin om 19 uur". 's Avonds zat ik stipt om 19 uur voor de buis en wist ik, toen de koningin haar abdicatie aankondigde, dat mijn opdracht een 'iets' andere invulling zou krijgen.

Groter kan niet

Hoewel Amsterdam veel ervaring heeft met het organiseren van evenementen, was iedereen zich ervan bewust dat dit toch wel één van de grootste en meest historische gebeurtenissen zou worden van de laatste decennia. Online is dan één van de vele schakels in het geheel, maar we wisten gelijk dat het wel een belangrijke moest zijn.

Ook zonder het rapport Cohen over Haren en andere gebeurtenissen van de afgelopen jaren in het achterhoofd, weten we inmiddels dat het om diverse redenen handig is om online media in de gaten te houden. Niet in de minste plaats voor crowdcontrol.

Vanaf het begin stonden we in nauw contact met de politie. Het was belangrijk om gelijk goede afspraken te maken. Wat doen wij en wat doen zij? Wij gaan overduidelijk niet over de handhaving van de orde, maar hebben wel een belangrijke signaal- en dienstverleningsfunctie. Door de liaison van de politie die aan het team werd toegevoegd, waren de lijnen kort en konden we snel schakelen.

De werkwijze

Uiteraard kon ik dit grote evenement niet alleen aan. Daarom ben ik eerst in mijn eigen netwerk mensen gaan benaderen en later ook via een algemene mail binnen de gemeente op zoek gegaan naar collega's die wilden helpen. Uiteindelijk bestond het webcareteam uit 14 collega's - afkomstig van verschillende stadsdelen en diensten aangevuld met liaisons van politie en defensie. We draaiden in ploegendienst van 29 augustus 12.00 uur tot en met 1 mei 10.00 uur.

Tot dan toe had ik via gratis tools (onder andere Hootsuite en Tweetdeck) de online berichtgeving rondom Koninginnedag gevolgd. Omdat we zoveel mogelijk media wilden volgen en ook met een groter team waren, was het noodzakelijk om dit met een professionele tool te

doen. De gratis tools zijn dan toch echt te beperkt in wat ze kunnen. Deze hebben we uiteindelijk twee weken voor de troonswisseling in gebruik genomen.

We draaiden steeds drie shifts: vier mensen hadden ochtenddienst, vier middagdienst en daarna hadden we nog één iemand die nachtdienst draaide.

Hierdoor konden we wel onze werkzaamheden in twee delen splitsen: twee mensen waren continu met webcare bezig. Zij beantwoordden vragen die gesteld werden, zowel reactief als proactief. Zagen we bijvoorbeeld dat iemand van plan was om naar Amsterdam te komen dan reageerden we door de persoon in kwestie te wijzen op de reisopties. Daarnaast konden we een aantal van onze kernboodschappen kwijt. Twee andere collega's waren bezig met de omgevingsanalyses: wat gebeurt er online, wat is de sfeer, wat zijn populaire bestemmingen etc. Tegelijkertijd monitorde de persvoorlichters wat er in de pers geschreven werd. Hun analyse werd samengevoegd met de onze. Elk uur werd een dergelijke omgevingsanalyse gemaakt. Deze werd structureel besproken in 'de bunker' tijdens het centrale overleg met alle betrokken partijen van gemeente, politie brandweer en andere partners.

De meeste vragen die direct aan ons gesteld werden, konden we ook direct beantwoorden. Er waren slechts enkele vragen die ik eerst checkte bij de woordvoerder voordat ik ze kon beantwoorden. Ook hierbij had de liaison van de politie een belangrijke rol. Er waren namelijk nog best veel zaken waar wij als gemeente geen rol in speelden. Deze konden direct worden doorgespeeld naar de politie.

De meerwaarde

De meerwaarde van het monitoren bleek al voor het grote feest. De organisatie had bedacht om 150.000 ballonnen op te laten ter afsluiting van de koningsvaart. Online zag ik hier verzet tegen ontstaan vooral gevoed door de Amsterdamse Partij van de Dieren. Op onze Facebookpagina en via Twitter kregen we veel berichten binnen met de strekking: "Die ballonnen zijn toch niet milieu- en diervriendelijk? Niet doen Amsterdam!" Zelfs de mailbox van de burgemeester werd bestookt met oproepen om af te zien van de ballonnen.

Hoewel de organisatie wel degelijk over het milieuaspect had nagedacht, bleek het verzet online steeds meer te groeien. Er kwam een Facebookpagina die opriep tot een demonstratie bij het stadhuis,

op petities.nl werd een petitie gestart en experts deden online uitspraken over de, volgens de gemeente, milieuvriendelijke ballonnen. De burgemeester werd hiervan op de hoogte gebracht en de volgende dag werd besloten om de ballonnen toch niet op te laten.

Zonder online monitoring hadden we dit verzet niet ontdekt en hadden we wellicht in een later stadium grote kritiek kunnen krijgen van milieu- en dierenactivisten.

Even schrikken

Uiteraard leer je ook van een dergelijk traject. Zo bleek op de grote dag dat er een limiet zit aan het aantal tweets dat je kunt versturen. Twitter wil geen gegevens verstrekken over wat de limiet is, maar feit is dat ons account van het ene op het andere moment geblokkeerd was. En dat terwijl wij lekker aan het reageren waren op zowat elke tweet van mensen die naar Amsterdam kwamen!

Gelukkig waren we er snel achter dat dit door de limiet kwam. Maar het was wel even schrikken. Zonder waarschuwing konden we opeens geen tweet meer sturen! Na anderhalf uur werkte alles gelukkig weer. Daarna zijn we maar iets rustiger gaan tweeten.

Het leerde ons wel dat een reserveaccount in dit soort gevallen geen overbodige luxe is. Van andere grote organisaties hoorde ik zelfs dat ze meerdere reserveaccounts hebben. Dus hebben we meteen een back-up account aangemaakt. Hierbij bleken we ook nog eens in de gaten gehouden te worden, want toen wij de naam van ons reserveaccount wilden aanmaken bleek deze enkele minuten daarvoor al geclaimd!

De belangrijkste tips

Dit zijn mijn belangrijkste tips, die eigenlijk voor elk, groot of klein, evenement gelden:

1. Accounts op orde

Zorg dat je accounts op orde zijn. Heb dus, bijvoorbeeld, ook een reserveaccount. Zorg dat ze allemaal dezelfde uitstraling hebben en duidelijk van jou(w gemeente) zijn. Zorg er ook voor dat je goede passwords hebt. Zeker bij evenementen zijn hackers nog wel eens geneigd om te proberen in je account in te breken.

2. Zorg voor een goed team

Zorg dat je op tijd begint met het samenstellen van een goed team. Zorg dat je hierbij ook mensen hebt die het intrinsiek leuk vinden.

Mensen moeten er echt voor open staan en liefst ook al wat ervaring met sociale media.

3. Maak goede afspraken

Maak duidelijke afspraken wie wat doet. Zowel binnen je eigen team, maar ook met (externe) partijen.

4. Zorg voor een professionele tool

Webcare zonder goede tool kan niet meer. Gratis tools zijn te beperkt. Het volgen van tweets kan nog wel, maar het verfijnen en gebruiken van informatie kan niet met deze tools. Ook de verantwoording achteraf is geborgd in een professionele tool.

Bijkomend voordeel van een goede (Nederlandse) tool is dat je snel kunt schakelen met de leverancier. Bijvoorbeeld als je iets mist, dan kan er snel contact zijn om snel iets toe te voegen als dat nodig is. Nadeel van een Nederlandse tool is weer dat deze zich beperken tot Nederland. Voor internationale evenementen is een internationale tool eigenlijk weer handiger. Daar zitten ook weer extra kosten aan vast.

5. Neem de rest van de organisatie mee

Je kunt wel een goed team hebben, maar zorg dat je de rest van de organisatie ook meeneemt. In de tool die wij hebben gebruikt, zat bijvoorbeeld een functionaliteit om de belangrijkste tweets en andere berichten op een tv te laten zien. Zo kregen ook de collega's die niet in het webcareteam zaten mee wat er online speelde.

Groot feest

Al met al was het een groot feest en een grote eer om dit mee te maken. Uiteraard zorgt het samenwerken aan dit bijzondere evenement al voor een bijzondere sfeer, maar het was uiteindelijk natuurlijk ook een hele mooie dag.

Onze laatste tweet was rond 01.00 uur; over de schoonmakers die gingen beginnen met schoonmaken. Dit was voor mij het teken om een drankje te drinken op deze geslaagde dag!



Michael Elbers is adviseur nieuwe media bij het Medialab van het Amsterdams Bureau voor Communicatie van de Gemeente Amsterdam. Hij was als projectleider verantwoordelijk voor de inzet van sociale media ten tijde van de troonswisseling.

Twitter: @michaelelbers

LinkedIn:

nl.linkedin.com/in/michaelelbers